

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FÁBIO ANDRÉ FERREIRA DA SILVA**  
**BRUNO GOMES CÉSAR**

**FABRICAÇÃO DE MÓVEIS PLANEJADOS**

Rio de Janeiro

2022

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA PRODUÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E  
INSTALAÇÃO DE MÓVEIS PLANEJADOS.**

Projeto de pesquisa apresentado para a  
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob a  
orientação do prof. Rinaldo Assis.

Rio de Janeiro

2022

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>5</b>
1.1 OBJETIVOS .....	5
1.2 Objetivos gerais .....	6
1.3 Objetivos específicos.....	6
<b>2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>6</b>
2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio.....	6
2.2 – A Empresa .....	7
2.3 – Logomarca .....	7
2.4 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.....	8
2.5 – Dados do empreendimento .....	8
2.6. – Missão, Visão e Valores da empresa .....	8
2.7 – Setores de atividade .....	9
2.8 – Forma jurídica .....	9
2.9 – Enquadramento tributário .....	9
2.10 – Capital social .....	9
2.11. – Fonte de recursos .....	9
<b>3. ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>9</b>
3.1 Análise de mercado e conceitos.....	9
3.2 Pesquisa .....	10
3.3 Amostra .....	11
3.4 Plano de coleta de dados.....	11
3.5 Mercado Alvo .....	11
3.6 Conhecendo o público-alvo .....	11
3.7 Fornecedores.....	12
<b>4. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>12</b>
4.1 Objetivos e aspectos específicos de marketing.....	12
4.2 Custo.....	13
4.3 Portifólio de Vendas .....	14

4.4 Redes sociais e páginas de divulgação .....	20
<b>6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS .....</b>	<b>20</b>
<b>7. PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>28</b>
7.1 Administração .....	
7.2 Comercial .....	
7.3 Terceirização .....	
7.4 Sistema de Gestão.....	
7.5 Parcerias .....	
7.6 Análise SWOT.....	
7.7 Planta da Loja .....	
7.8 Organogramas .....	
7.9 Ambiente de Loja .....	
<b>8. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>2033</b>
8.1 Estimativa de investimentos fixos.....	
8.2 Estimativa de faturamento mensal.....	
8.3 Capital de Giro .....	
8.4 Investimentos Pré-Operacionais .....	
8.4.1 Custos e Despesas.....	
8.5 Estimativa dos Custos de Comercialização .....	
8.6 Apuração dos custos dos materiais diretos ou mercadorias vendidas.....	
8.7 Estimativa dos custos com mão de obra .....	
8.8 Estimativa com custo de depreciação .....	
8.9 Demonstrativo de Resultados .....	
8.10 Demonstração do Resultado do Exercício .....	
8.11 Balancete .....	
8.12 Balanço Patrimonial .....	
8.13 Construção de Cenários .....	
8.14 Avaliação Estratégica .....	
<b>9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>34</b>



## **1. INTRODUÇÃO**

O empreendedor move a economia do seu país através de pequenas ou grandes ideias. Grandes empresas surgiram de ideias simples e se tornaram grandes marcas com referência na sociedade brasileira e no mundo. Segundo Wildauer (2011), “O empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular ideias sobre um determinado produto ou serviço no mercado, sejam elas novas ou não.”

A ideia de empreender deve acompanhar um planejamento de médio a curto prazo, afinal o empreendedor não pode contar com a sorte, pois assim o risco de fracasso é maior. É necessário, também, pesquisas no mercado assim como planejamento com gastos, ferramentas de gestão entre outros custos. O principal objetivo deste informativo é planejar e desenvolver a empresa, mensurar os riscos e reduzir as despesas, inclusive indicar se o negócio é viável ou não.

Para conhecer melhor o investimento, o plano de negócio descreve os objetivos e o que deve ser feito para alcançá-los. Com Isso, diminuirão os riscos e os insucessos.

Enfim, a MODULAR MÓVEIS é um empreendimento que evoluiu a partir da carpintaria, que trabalha de forma artesanal na transformação da matéria-prima (madeira) em objetos de utilidades e decoração de casas, escritórios, consultórios, escolas e lojas comerciais. Ela tem uma atividade de grande viabilidade no mercado arquitetônico e profissional, pois é um ramo que tem um grande nicho e atende as necessidades de empresas, pessoas, ambientes educacionais e culturais que buscam aperfeiçoar ou redecorar, principalmente, os espaços físicos de forma eficiente e ainda deixar o ambiente agradável e charmoso. Além disso, vive-se um momento em que a decoração se mostra um mercado volátil. As empresas de marcenaria mantiveram-se firmes na crise do país e avançam a cada ano na produção de pequenos e grandes móveis planejados, tendo em vista um desastroso momento econômico as vendas on-line crescem devido a COVID.

### **1.1 OBJETIVOS**

Consolidação no mercado de móveis como uma das principais lojas do Rio de Janeiro, oferecendo conforto com seus produtos e qualidade.

## **1.2 Objetivos gerais.**

Elaborar um plano de negócios para abertura da matriz e filial da MODULAR MÓVEIS.

## **1.3 Objetivos específicos.**

Para atingir o objetivo geral e necessário estabelecer alguns parâmetros específicos como:

- a) Características gerais do negócio
- b) público-alvo
- c) mercado e linha de produtos
- d) Descrever a estrutura organizacional e legal
- e) Plano de marketing;
- f) Analisar a viabilidade financeira do negócio
- g) Previsão orçamentária com vistas a análise de viabilidade econômica/financeira.

## **2. SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio**

A MODULAR MÓVEIS, atuará nos ramos de móveis planejados. A sociedade girará sob a razão social AL. São José móveis planejados LTDA, que terá seu nome reservado na Junta Comercial do Rio de Janeiro (JUCERJA) e com nome fantasia MODULAR MÓVEIS e, posteriormente, será registrada a marca e o logo no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O foco da empresa é criar produtos de qualidade e atender o consumidor final que procura a nossa filial a fim de harmonizar o seu ambiente, atuando na cidade do Rio de Janeiro e na região Oeste da capital. A empresa se estabelecerá como uma empresa LTDA, ou seja, em sociedade, tendo como administradores os próprios sócios (empreendedores). A equipe de trabalho inicial será determinada conforme a demanda, ou melhor, sendo aumentada conforme a necessidade. Os sócios (empreendedores) ficarão responsáveis por todos os setores dentro da empresa, desde a Administração Geral, Finanças e Operações, fabricação e a área de

Vendas. A matéria prima adquirida será comprada diretamente dos fornecedores através de parceria com a Modular (Fábrica já existente na cidade do Rio de Janeiro - RJ). A oportunidade visualizada no negócio é marcada potencialmente para comercialização de móveis e se dá ao fato de, através de uma análise regional micro, verificar que não há nenhum concorrente direto para a empresa nos bairros vizinhos, já com uma análise macro há concorrentes no município, entretanto cada um atende um público diferenciado, ou apenas alguns produtos voltados ao grande público.

O objetivo de marketing MODULAR MÓVEIS está focado nas vendas e instalações de moveis planejados sendo eles:

- Fornecer produtos com qualidade através de excelência no atendimento;
- Consolidar a marca MODULAR MÓVEIS na Zona Oeste do Rio de Janeiro como a maior Loja da região e torná-la conhecida pela qualidade dos produtos e pelo atendimento;
- Fidelizar pelo menos 65% dos clientes realizando pré e pós-venda;

A Modular irá constituir um capital social próprio equivalente a R\$ 300.000,00 (duzentos mil reais), sendo R\$ 71.742,00 com máquinas e acessórios para instalações da fábrica, R\$ 34.352,00 em equipamentos administrativos para loja e R\$ 89.951,00 como Capital de Giro assim como R\$ 42.165,00 como caixa mínimo para cobrir eventuais necessidades futuras. Não necessitando assim de empréstimo ou outras fontes de financiamento para aquisição equipamentos e matérias, que são essenciais para o seu funcionamento.

## 2.2 – A Empresa

A MODULAR MÓVEIS atuará na produção e instalação de móveis e utensílios em geral como mesas, cadeiras, camas, armários, prateleiras e painéis...

## 2.3 – Logomarca





## 2.4 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

**Sócio 1:** Fábio André Ferreira da Silva, residente e domiciliado na Rua General Raposo, nº 31 – Realengo – Rio de Janeiro-RJ – CEP: 21.715-030; Marceneiro e empresário, com experiência em fabricação e montagem de móveis planejados, atuará como empreendedor e Líder oficial de marcenaria nas atribuições da fábrica.

**Socio 2:** Bruno Gomes César, residente e domiciliado na Rua Alfredo do Vale Cabral, nº 170 – Realengo – Rio de Janeiro-RJ – CEP: 21765-260; Empresário, com experiência em logística, compras, controladoria e vendas, atuará no controle da confecção e terá a função de perseguir as metas estabelecidas de vendas.

## 2.5 – Dados do empreendimento

Razão Social: AL. São José móveis planejados LTDA

Nome fantasia: MODULAR MÓVEIS

CNPJ: 00.000.000/0000-00

## 2.6. – Missão, Visão e Valores da empresa

**Missão:** Criar a satisfação de nossos clientes através de projetos de customização de ambientes, produtos para decoração e conforto para o lar. Junto com os nossos parceiros, colaboradores e arquitetos oferecer o produto diferenciado no mercado e buscar soluções que harmonizam o ambiente.

**Visão:** Torna-se referência consolidada no mercado de móveis planejados, utilidades e decoração na Zona Oeste do Rio de Janeiro no primeiro ano de existência.

### Valores da Empresa:

- Qualidade
- Cortesia
- Excelência
- Integridade
- Sustentabilidade e responsabilidade social
- Compromisso
- Transparência

## **2.7 – Setores de atividade**

**Setor Secundário:** Fabricação de móveis e utensílios

**Setor Terciário:** Vendas e Serviços

## **2.8 – Forma jurídica**

Sociedade empresária

## **2.9 – Enquadramento tributário**

Simple Nacional

## **2.10 – Capital social**

R\$ 300.000,00 (duzentos mil reais) integralizados em moeda corrente.

## **2.11. – Fonte de recursos**

Capital próprio.

## **3. ANÁLISE DE MERCADO**

Para a realização da presente pesquisa e, conseqüentemente, para o alcance dos resultados esperados, alguns procedimentos metodológicos foram adotados para garantir a criteriosa análise de mercado.

### **3.1 Análise de Mercado e Conceitos**

Ferramenta: As 5 forças de Porter.

Indicado para organizações de todos os tamanhos e serve para analisar o ambiente competitivo em que a organização está enquadrada e para determinar o melhor posicionamento do negócio diante dos concorrentes. É útil porque o empreendedor passa a ter uma visão mais abrangente da concorrência e de como pode tirar proveito disso.

Sobre a Ferramenta: A Análise das 5 Forças de Porter se tornou um clássico da administração. Para desenvolver a análise é preciso refletir sobre cinco contextos em que a empresa está inserida, chamadas por Porter de forças. Em seu modelo, ele considerou que há uma força central e outras quatro, que impactam a central de formas diferentes.

Realizado o teste chegamos as seguintes conclusões:

1 – Intensidade da rivalidade entre os concorrentes é baixa.

Na Região só há duas lojas que oferecem serviços e elas se encontram dentro do Shopping e são a Vigore e Casas Bahia.

2 – O poder de produto e serviços substitutos é baixo.

Não há na região quem ofereça produtos com qualidade e preços populares.

3 – O poder de barganha dos fornecedores é baixo.

Os produtos são confeccionados pela fábrica sendo pequenos itens como parafusos e madeiras sendo comprado com terceiros.

4 - A ameaça de novos entrantes é baixa.

O processo de abertura é complexo e quando isso acontecer a empresa já estará consolidada no mercado

5 – O poder de barganha do cliente é mínimo, pois somente a Modular e a Vigore planejam produtos pela região.

### **3.2 Pesquisa**

Por meio da pesquisa científica busca-se obter respostas para problemas cotidianos. Deste modo, Gil (2002, p. 17) apresenta a pesquisa científica como sendo um “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Assim sendo, verifica-se a importância da pesquisa no elemento proposto, pois é por meio dessa que serão coletados e analisados dados que se converterão em fonte de informação para a análise de mercado.

Com o objetivo de informar o tipo de estudo que este plano de negócio propõe, desde seu conceito até as suas justificativas é que Vergara (2013) divide entre as inúmeras taxionomias de tipos de pesquisas em dois critérios básicos:

1. Quanto aos fins;
2. Quantos aos meios.

Quanto aos fins, o estudo é qualificado para situar o leitor quanto ao contexto em que estão inseridos os entrevistados, bem como alcançar os objetivos específicos do presente trabalho.

Quanto aos meios a pesquisa tem caráter bibliográfico, uma vez que utiliza livros, artigos e revistas sobre o tema. A pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral. (Vergara, 2013, p. 43).

### **3.3 Amostra**

Gil (2010) há dois tipos de amostra: a probabilística com dados científicos que se baseiam nas leis da regularidade estatística, dos grandes números, da inércia dos grandes números e da permanência dos pequenos números e a amostragem não probabilística que não possui fundamentos matemáticos ou estatísticos, depende apenas de critérios do pesquisador.

No presente estudo utilizou-se a amostragem não probabilística, por conveniência e por bola de neve, pois neste tipo de amostragem, não se faz uso de formas aleatórias de seleção e nem aplicação de fórmulas estatísticas. (MARCONI; LAKATOS, 2011, p.37).

### **3.4 Plano de Coleta de Dados**

Os fornecedores que serão citados atuam em diferentes regiões do Brasil que favorecem a logística e ao custo da matéria-prima. Foram o objeto de estudo nesta pesquisa: Fabricantes de Madeiras, MDF e outros acabamentos. Após definir os fabricantes para o estudo de caso, foram organizados os processos para coleta de dados, sendo essa uma etapa importante para o bom desempenho da pesquisa. Chizzotti (1998, p. 51) afirma que é nesta fase que “coletam-se dados oriundos da observação ou dados que se obtêm suscitando respostas e declarações de pessoas capazes de fornecer informações úteis aos objetivos da pesquisa”.

### **3.5 Mercado Alvo**

A empresa tem o objetivo de atingir o grande público entre as classes média a baixa com preços competitivos de mercado, porém com melhor qualidade que o concorrente. Como um dos primeiros objetivos é se estabelecer na Zona Oeste, os principais concorrentes são Casas Bahia, Ponto Frio, Ricci móveis, Samanta Móveis, Paraíso Design e Art Móveis. Desses citados nenhum consegue ofertar produtos para ambos os públicos.

### **3.6 Conhecendo o Público-Alvo**

A zona oeste possui um público de classe média que compra produtos na região do centro de Bangu e Campo Grande e sofre grande influência de aglomeração de pessoas em datas comemorativas, o que torna ainda mais rentável

a prospecção de clientes para loja. Ao proporcionar produtos diferenciados com preços que comportam no seu estilo de vida a marca irá se consolidar no povo que frequenta esses bairros.

### 3.7 Fornecedores

Participaram da pesquisa os fornecedores Distribuidor de produtos LEO, localizado em Duque de Caxias – RJ e Peg Madeiras, localizado no mesmo Local, Hardt Importadora e Distribuidora Ltda , localizada Curitiba – PR e a Brasmacol, localizada em Chopinzinho – PR.

TABELA DE FORNECEDORES						
Descrição do itens	TAMANHO	ESPEÇURA	PEG MADEIRAS	DISTRIBUIDOR LEO	HARDT	BRASMACOL
MDF CRU	2750x1840	3 mm	70	67,2	70,22	68,75
MDF CRU	2750x1840	6 mm	137	79,4	82,97	81,23
MDF CRU	2750x1840	9 mm	165	93,6	97,81	95,75
MDF CRU	2750x1840	12 mm	186	101,04	105,59	103,36
MDF CRU	2750x1840	15 mm	207	156,9	163,96	160,51
MDF CRU	2750x1840	20 mm	254	185,23	193,57	189,49
MDF CRU	2750x1840	25 mm	356	198,75	207,69	203,32
FORMICA	3080X1250	0,08 MM	400	232,6	243,07	237,95
Dobradiça curva	100 um		23,89	21,4	22,36	21,89
Puxadores	2750x1840		17,14	19,2	20,06	19,64
Cola Branca	1L		23,67	21,9	22,89	22,4

## 4. PLANO DE MARKETING

O mercado está em constante modificação, com a elaboração do Plano de Marketing a identificação das tendências e os objetivos que devem ser alcançados podem ser definidos, bem como as ações para tornar a empresa competitiva e extremamente atuante no setor.

### 4.1 Objetivos e Aspectos Específicos de Marketing

Os objetivos e aspectos específicos de marketing devem estar alinhados a missão, visão, valores e objetivos da organização. Esses atributos irão direcionar os aspectos específicos de marketing da organização para alcançar os objetivos estratégicos. Tendo como base a segmentação de mercado e a seleção de público-alvo. Os objetivos da empresa atendem a estes segmentos, pois há pequena diferença na pontuação de atratividade e competitividade. As

metas foram separadas por segmento, pois estas contribuirão de formas diferentes ao alcance dos objetivos da organização.

São eles:

- Fornecer um produto com qualidade através de excelência no atendimento gerando assim valor agregado que será percebido pelos clientes;
- Ter a marca e os produtos reconhecidos pela alta qualidade e atendimento, consolidando assim a marca, municipalmente, em 6 meses;
- Fidelizar 60% dos clientes;

No que tange as metas, essas se apresentam de acordo com o segmento que será atendido pela empresa, sendo:

Segmento A:

- Aumentar as vendas em  $x\%$  no segundo ano em relação ao primeiro.

Segmento B:

- Aumentar as vendas em  $y\%$  no segundo ano em relação ao primeiro.

## **4.2 Custo**

O que é?	por que?	Onde?	Quando ?	Como ?	Quanto custa ?
Venda de:	Segmento A Segmento B		Durante todo período de funcionamento da empresa:		
BANCADA SUSPensa PARA TV ATÉ 50 POLEGADAS 2 GAVETAS	Segmento A Segmento B	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 720,00
BANCADA SUSPensa PARA TV 50 POLEGAS 2 GAVETAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 690,00
ESTANTE HOME PARA TV ATÉ 50 POLEGADAS – 2 PORTAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 650,00
ESTANTE HOME PARA TV ATÉ 60 POLEGADAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 950,00
ESTANTE LIVROS 4 PRATELEIRAS E 2 GAVETAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 450,00
ESTANTE PARA LIVROS 5 PRATELEIRAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 250,00
ESTANTE PARA LIVROS NINCHOS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 260,00
ESTANTE CAVALETE 4 PRATELEIRAS – BRANCO - PRETO – RUSTICO		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 200,00
APARADOR BUFFET RETRÔ 4 PORTAS – BRANCO – PRETO – RUSTICO		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 330,00
APARADOR COM 2 PRATELEIRAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 270,00
APARADOR BAR - ADEGA		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 280,00
APARADOR BAR - ADEGA – COFFEE BREACK		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 260,00
MESA DE CENTRO 1 PRATELEIRA		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 220,00
MESA DE CENTRO 50X50		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 200,00
CABECEIRA CAMA CASAL 2 GAVETAS – BRANCO - PRETO		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 350,00
CABECEIRA CAMA CASAL NINCHOS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 320,00
CABECEIRA CAMA SOLTEIRO 1 GAVETA		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 190,00
GUARDA ROUPA 3 PORTAS DE CORRER		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 850,00
GUARDA ROUPA 5 PORTAS E 4 GAVETAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 800,00
COMODA 5 GAVETAS E 2 PORTAS		Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 550,00
COMODA 10 GAVETAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 330,00	
CONJUNTO MESA E 4 BANQUETAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 400,00	
CONJUNTO MESA E 4 CADEIRAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 670,00	
MESA DE ESCRITORIO OFFICE 2 GAVETAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 240,00	
MESA DE CANTO PARA COMPUTADOR	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 250,00	
MESA DE CANTO 4 GAVETAS E 2 PORTAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 450,00	
ESCRIVANINHA CAVALETE	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 220,00	
GAVETEIRO 4 GAVETAS	Produto confeccionado na nossa fábrica	Será das 08h ao meio-dia e das 13h30min às 18h.	No balcão, por telefone, e-mail e através de visita presencial	R\$ 280,00	

### 4.3 Portifólio de Vendas















#### 4.4 Redes Sociais e Páginas de Divulgação

As redes sociais estão agregadas ao plano de marketing. É de responsabilidade desse setor desenvolver a melhor relação entre o departamento e seus colaboradores, criando campanhas para o crescimento da empresa através de:

- A Página no Instagram, criada para divulgações semanais, tem o objetivo de ações estratégicas e campanhas com foco em produtos específicos de vendas em dias do ano que alavancam a produção. Um bom exemplo: Dias dos pais, Natal etc...



<https://www.instagram.com/c.contabeis2022/>

A empresa terá uma página que irá estreitar a relação cliente/empresa, fornecedor/Empresa e Funcionário/Empresa.

Através dos nossos arquitetos ampliaremos a marca em uma modalidade de projeto de ambiente, pois eles indicarão nossos produtos como referência do seu trabalho.

Atuaremos junto com influencer digitais na captação de seus seguidores, customizando os seus ambientes com algum produto da nossa loja.

#### 6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Ao longo do semestre foi possível concluir que os objetivos gerais e específicos foram alcançados através de mensuração, amostras e dados assim como as características da empresa, visão e valores que foram apresentadas da para seu público. As metas e pesquisas detalhadas nos planos Executivo, marketing e análise de mercado foi satisfatória mostrando a viabilidade do empreendimento, analisando fatores de insucesso e indicando projeções futuras. Portanto, o projeto inicial conta com um orçamento financeiro, organograma empresarial, estrutura da filial e sua fábrica como também metodologia de trabalho mais definição de seus gestores e administradores.

## **7. PLANO OPERACIONAL**

O plano operacional contemplará aspectos inerentes à administração da empresa, à área comercial, aos setores da empresa que serão terceirizados, ao controle de qualidade e às parcerias que serão estabelecidas para alcançar os objetivos planejados.

### **7.1 Administração**

Administração das atividades da empresa terá estrutura hierárquica simples. O controle será feito pelos proprietários que atuaram na Administração Geral da empresa. O Gerente comercial ficará responsável pela venda dos produtos na loja, O Chefe de produção será quem abastecerá o estoque e quem será responsável pela distribuição como um todo será o Supervisor de Transporte. A remuneração dos Administradores será através de pró-labore e os demais colaboradores serão remunerados de acordo com o Piso Salarial Estadual do Comércio.

### **7.2 Comercial**

O Gerente Comercial responsável pela área comercial no qual terá auxílio do vendedor, ambos serão responsáveis pela divulgação dos produtos, apresentando suas características, linhas, vantagens e benefícios, além de manter atualizados os cadastros dos clientes. As vendas serão realizadas na loja com a comercialização de produtos de Show-room e projetos enviados por arquitetos, através de e-mail e telefone e a princípio serão entregues por transportadora terceirizada. A forma de pagamento deverá ser flexível para atender às necessidades dos clientes, sendo a vista, no débito ou crédito, cheques e parcelamento, a ser negociado, dependendo da quantidade adquirida, ressaltando que o faturamento parcelado com boleto somente sob consulta de restrição no cadastro e aprovação do crédito para evitar a inadimplência. A divulgação da empresa será feita através de cartões de visita, catálogos entregue aos principais serralheiros, página no Facebook, WhatsApp e perfil no Instagram. Também no decorrer do primeiro ano de atuação será desenvolvido um site institucional onde constarão maiores informações sobre os produtos, ofertas e promoções.

### **7.3 Terceirização**

Os serviços terceirizados serão aqueles que permitem a empresa transferir algumas atividades a terceiros. Esses serviços serão importantes para o desenvolvimento diário da empresa. Pode-se destacar as transportadoras e os serviços de copa na loja.

#### 7.4 Sistemas de Gestão

A empresa irá operar com um sistema de gestão básico, onde possa dar entrada e saída do estoque, controlar as vendas, o fluxo de caixa, em síntese o planejamento financeiro da empresa. O sistema chama-se NasaJon e também servirá como base de dados de clientes e para emissão de notas fiscais eletrônicas. O valor para implantação do sistema e compra da licença é de R\$ 6.000,00, e a mensalidade é de R\$ 500,00.

#### 7.5 Parcerias

As parcerias, inicialmente, serão através de Arquitetos, influencer e distribuidores. Para os distribuidores a aquisição será com o valor justo de produção para que possam trabalhar com preços competitivos.

#### 7.6 Análise SWOT

A Análise S.W.O.T. também denominada análise F.O.F.A. em português, é uma ferramenta estrutural da administração, utilizada na análise do ambiente interno (Forças e Fraquezas) e externo (Oportunidades e Ameças), com a finalidade de formulação de estratégias da empresa. Nesta análise identificamos as Forças e Fraquezas da empresa, extrapolando então Oportunidades e Ameças internas para ela (RIBEIRO NETO, 2011) Para a realização da análise SWOT, se fez necessário pontuar as informações coletadas na análise ambiental de acordo com a sua importância para o negócio.

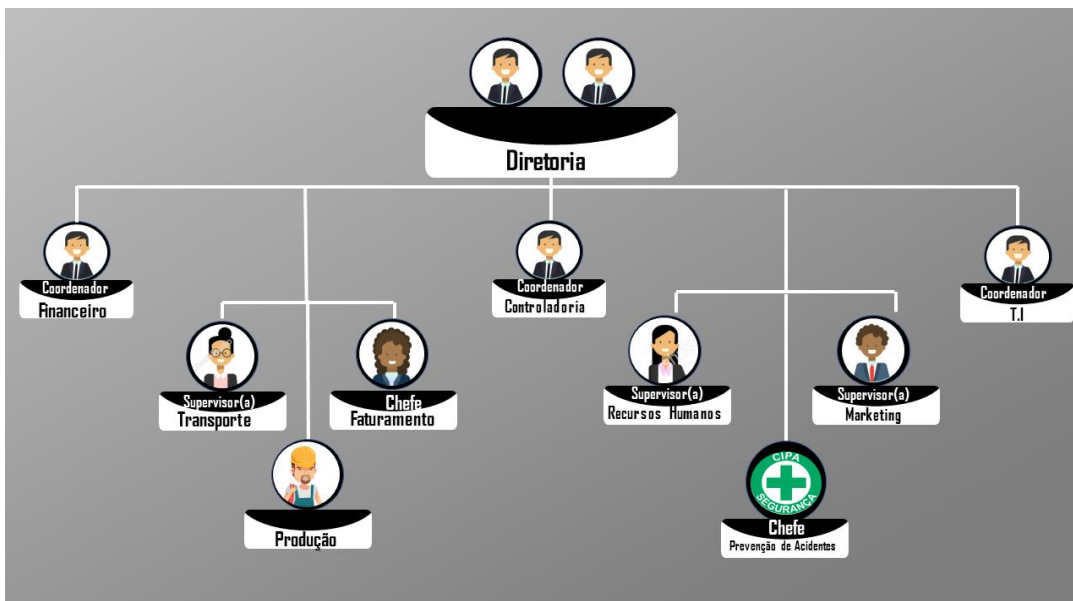
##### Análise SWOT

Análise Interna	
Nº	Pontos Fortes
1	Administração Profissionalizada
2	Preço Competitivo
3	Parcerias

4	Divulgação da Empresa nas Mídias Sociais
<b>Pontos Fracos</b>	
1	Estrutura Alugada
2	Empresa Inicialmente no Mercado
3	Alto custo na Abertura da empresa
4	Marca não consolidada na região
<b>Análise Externa</b>	
<b>Ameaças</b>	
1	Aumento do dólar
2	crise económica e política
3	Mercado de concorrentes
4	Existência de novos concorrentes na cidade
<b>Oportunidades</b>	
1	Atendimento preciso e rápido
2	Localização de fácil acesso aos clientes
3	Incentivo do Governo para novas empresas através da Lei 14.195/21
4	Marca pronta para expandir

## 7.7 Organograma

O Organograma vertical da figura abaixo representa claramente a hierarquia da empresa.



Toda Essa estrutura fica localizada na fábrica e dividida por setores.







## 8. PLANO FINANCEIRO

Nesta etapa o plano é contemplado com planejamento e orçamento para verificar a viabilidade do negócio. Através dele é estimado o plano orçamentário, os recursos necessários para a abertura da empresa e a avaliação de alguns índices econômico-financeiros como a lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio e prazo de retorno do investimento.

### 8.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

Os valores investidos serão destacados no quadro abaixo:

#### ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

#### DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS

INVESTIMENTO FIXO TOTAL	R\$	71.742,00
CAPITAL DE GIRO	R\$	89.951,00
INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	R\$	7.650,00
TOTAL DE INVESTIMENTO INICIAL	R\$	169.343,00

#### FONTES DE RECURSOS

RECURSOS PRÓPRIOS	R\$	300.000,00
RECURSOS DE TERCEIROS		
OUTROS		
SUBTOTAL	R\$	300.000,00

### ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

## 8.2 Estimativa de Faturamento Mensal

A empresa efetuou suas projeções de vendas para três períodos, com base nas informações coletadas no mercado e realizou uma previsão das demandas para os dois segmentos da empresa fábrica e loja. Com isso, a empresa planeja iniciar suas vendas com aproximadamente R\$ 158.696,91 em móveis vendidos, atingindo uma meta de 240 unidades vendidas/mês, com projeção de aumento mensal nas vendas entre 5% a 7%.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Venda	R\$ 158.696,91	R\$ 163.457,81	R\$ 168.361,55	R\$ 176.779,63	R\$ 185.618,61	R\$ 194.899,54	R\$ 204.644,51	R\$ 214.876,74	R\$ 225.620,58	R\$ 236.901,61	R\$ 248.746,69	R\$ 261.184,02
Crescimento Mês	-	R\$ 4.760,91	R\$ 4.903,73	R\$ 8.418,08	R\$ 8.838,98	R\$ 9.280,93	R\$ 9.744,98	R\$ 10.232,23	R\$ 10.743,84	R\$ 11.281,03	R\$ 11.845,08	R\$ 12.437,33
Unidade vendidas	240	249	256	269	282	296	311	326	343	360	378	394

Parâmetro de Venda	
Previsão Inicial	R\$ 158.696,91
Aumento Mensal	5% até 7%

Totalizando no ano uma Receita Bruta total de R\$ R\$ 2.439.788,19, sendo 3.704 unidades vendidas. Abaixo está relacionado à projeção de vendas para os próximos anos:

Projeção de vendas por período			
	2022	2023	2024
Previsão de Vendas			
R\$	2.439.788,19	R\$ 2.578.856,11	R\$ 2.741.324,05
Crescimento (%)		5.7%	6.3%

A definição dos preços de vendas foi obtida através análise da concorrência no mercado e dos fornecedores para ter maior competitividade. Também foi estimado trabalhar com um estoque aproximado R\$ 30.000 reais de movelaria, pois diversos itens serão exibidos na loja através de showroom e a empresa terá um estoque mínimo para pronta-entrega.

para mensurar os custos de produção foram utilizados os componentes como madeira, MDF, pinha e parafusos. Para a empresa o investimento na máquina CNC Router (Corte e gravação com fresa computadorizada), trabalha-se com todos os tipos de movelaria que serão comercializados em média 308 unidades/ano.

### 8.3 Capital de Giro

Estimativa para o capital de giro. O quadro abaixo detalha o cálculo do capital de giro e caixa mínimo para o primeiro ano da empresa:

CÁLCULO DO CAPITAL DE GIRO			
PRAZO DE CONTAS A RECEBER			
PRAZO MÉDIO DE VENDAS	(%)	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA
A VISTA	15%	0	
A PRAZO (1X)	45%	30	13,5
A PRAZO (2X)	25%	60	15
A PRAZO (3X)	15%	90	13,5
<b>PRAZO MÉDIO TOTAL</b>			<b>42</b>

POLÍTICA DE VENDAS			
(%)	TIPO	DIAS	
45%	A PRAZO (1X)	30	
25%	A PRAZO (2X)	60	
15%	A PRAZO (3X)	90	
15%	A VISTA	0	
PRAZO DE PAGAMENTO FORNECEDORES			
PRAZO MÉDIO DE VENDAS	(%)	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA
A PRAZO	50%	30	15
A VISTA	50%	0	0
<b>PRAZO MÉDIO TOTAL</b>			<b>15</b>

ESTIMATIVA DE ESTOQUE			
DIAS	7		

CÁLCULO DA NECESSIDADE LÍQUIDA DO CAPITAL DE GIRO			
RECURSO DA EMPRESA FORA DO SEU CAIXA			NÚMERO DE DIAS
1. CONTAS A RECEBER - PRAZO MÉDIO			42
2. ESTOQUE - NECESSIDADE MÉDIA			7
SUBTOTAL			49
RECURSO DE TERCEIROS NO CAIXA DA EMPRESA			
3. FORNECEDORES - PRAZO MÉDIO DE COMPRAS			15
SUBTOTAL			34
CAIXA MÍNIMO			
CUSTO TOTAL	R\$ 42.164,53		
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 1.405,48		
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	34		
CAIXA MÍNIMO	R\$ 47.786,47		
CAPITAL DE GIRO			
A. ESTOQUE INICIAL	R\$ 42.164,53		
B. CAIXA MÍNIMO	R\$ 47.786,47		
A+B	R\$ 89.951,00		

Dessa forma, o capital de giro para funcionamento da empresa é R\$ 42.164,53, caixa mínimo 89.951,00 e estoque inicial de 47.786,47.

## 8.4 Investimentos Pré-Operacionais

### CÁLCULO DO DE INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAL

MATERIAL DE LIMPEZA	R\$	150,00
PROPAGANDA	R\$	3.000,00
SERVIÇOS GERAIS	R\$	4.500,00
SUBTOTAL	R\$	7.650,00

## 8.4 Aferição da Análise de Custeio

A aferição da análise de custo foi feita através do custeio por Absorção. Ele é aceito pelo Fisco e tendo em vista que os Custos de Produção são transferidos ao Resultado na proporção em que são vendidos. A empresa opera pelo sistema de produção contínua e lotes. O Cliente realiza a compra de produtos com medidas padrão e no prazo de 3 dia realiza-se a entrega. Quando se tratar de algo fora dos padrões a empresa trabalha com o prazo de 45 dias úteis para entrega.

### 8.4.1 Custos e Despesas da Empresa

A pesquisa foi feita para os dois seguimentos da empresa (Fábrica e Loja) os dados abaixo revelam todos os gastos com produção, matéria-prima e despesas de loja.

FABRICA													
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	
<b>CUSTOS INDIRETOS</b>													
SALARIO BRUTO MENSAL	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 17.996,00	R\$ 26.994,00	R\$ 26.994,00	
ENERGIA	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
SEGUROS	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
REFEIÇÃO	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00	R\$ 4.059,00
DEPRECIACÃO	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25	R\$ 331,25
TOTAL CUSTOS INDIRETOS	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 23.986,25	R\$ 32.984,25	R\$ 32.984,25	R\$ 32.984,25
<b>CUSTOS FIXOS</b>													
ALUGUEL	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
IPTU	R\$ -	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ -
ÁGUA	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
TELEFONE E INTERNET	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
TOTAL CUSTO FIXO	R\$ 3.770,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 4.120,00	R\$ 3.770,00
<b>DESPESAS</b>													
EMBALAGENS	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
ENERGIA	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
PROLABORE	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00
FGTS 8%	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 1.439,68	R\$ 2.159,52	R\$ 2.159,52	R\$ 2.159,52
MANUNTENÇÃO TERCEIRIZADA	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00
DEPRECIACÃO COMPUTADORES	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65	R\$ 66,65
TOTAL DESPESAS	R\$ 8.168,33	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.101,68	R\$ 8.821,52	R\$ 8.821,52	R\$ 8.821,52
TOTAL	R\$ 35.924,58	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 36.207,93	R\$ 45.925,77	R\$ 45.925,77	R\$ 45.925,77

LOJA/ESCRITORIO													
DESPESAS													
AGUA	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00
ENERGIA	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00
ALUGUEL	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
IPITU	R\$ -	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ -
TELEFONE E INTERNET	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
SEGUROS	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SALARIOS BRUTO MENSAL	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 11.029,00	R\$ 16.543,50	R\$ 16.543,50
FGTS 8%	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 882,32	R\$ 1.323,48	R\$ 1.323,48
HONORARIOS CONTABEIS	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
SERV. GERAIS TERCEIRIZADOS	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 6.750,00	R\$ 6.750,00
REFEIÇÃO	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00	R\$ 3.608,00
PROLABORE	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00
DEPRECIACAO COMPUTADORES	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25	R\$ 333,25
NASAJON	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
TOTAL	R\$ 29.064,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 29.414,57	R\$ 39.120,23	R\$ 38.770,23

## 8.5 Estimativa dos Custos com Comercialização

ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO				
DESCRIÇÃO	VALOR	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL	
1. IMPOSTOS -				
SIMPLES NACIONAL				
SUBTOTAL	R\$ 250.830,88	R\$ 2.461.838,82	R\$ 503.485,37	
2.GASTOS COM VENDAS				
COMISSÃO	R\$ 165.498,77			
PROPAGANDA	R\$ 36.000,00			
SUBTOTAL	R\$ 201.498,77			
TOTAL	R\$ 452.329,66	R\$ 2.461.838,82	R\$ 503.485,37	

## 8.6 Apuração dos Custos dos Materiais Diretos ou Mercadorias Vendidas

APURAÇÃO DOS CUSTOS DOS MATERIAS DIRETOS										
MÊS	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
QTD VENDIDAS	R\$ 269,00	R\$ 282,00	R\$ 296,00	R\$ 311,00	R\$ 326,00	R\$ 343,00	R\$ 360,00	R\$ 378,00	R\$ 394,00	
CUSTO UNITÁRIO	R\$ 148,61	R\$ 143,23	R\$ 137,90	R\$ 138,29	R\$ 133,32	R\$ 128,08	R\$ 123,37	R\$ 118,80	R\$ 115,27	
CMD	R\$ 39.977,22	R\$ 40.391,33	R\$ 40.818,73	R\$ 43.009,45	R\$ 43.463,52	R\$ 43.931,00	R\$ 44.411,95	R\$ 44.906,44	R\$ 45.414,56	

## 8.7 Estimativa com Custos e Mão de Obra

Quantidade	Cargo	Teto salarial	Total
1	Gerente comercial/socio prolabore	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00
1	Gerente de produção/socio prolabore	R\$ 1.212,00	R\$ 1.212,00
1	Projetista de moveis	R\$ 2.521,00	R\$ 2.521,00
1	Analista Financeiro	R\$ 1.951,00	R\$ 1.951,00
3	Auxiliar de loja	R\$ 1.680,00	R\$ 5.040,00
1	Analista de marketing	R\$ 1.769,00	R\$ 1.769,00
5	Montador de moveis	R\$ 1.749,00	R\$ 8.745,00
4	Marceneiros	R\$ 2.330,00	R\$ 9.320,00
3	Vendedores	R\$ 1.120,00	R\$ 3.360,00
4	Mão de Obra- Janeiro até Julho	R\$ 1.750,00	R\$ 7.000,00
1	MÃO DE OBRA - AGOSTO ATÉ DEZ	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00

QUADRO DE FUNCIONÁRIOS		
<b>Salários fábrica</b>	<b>Funcionários</b>	<b>13</b>
R\$ 25.518,00		
R\$ 34.268,00	+ MÃO DE OBRA	17
<b>salários loja</b>	<b>Funcionários</b>	<b>7</b>
R\$ 9.612,00		
Total		
R\$ 35.130,00		

MÊS	FGTS	INSS
JAN	R\$ 3.176,48	R\$ 4.199,66
FEV	R\$ 2.974,80	R\$ 3.922,35
MAR	R\$ 2.818,72	R\$ 3.707,74
ABR	R\$ 2.415,52	R\$ 3.254,14
MAI	R\$ 2.274,00	R\$ 3.059,55
JUN	R\$ 1.574,40	R\$ 2.097,60
JUL	R\$ 3.316,48	R\$ 4.392,16
AGO	R\$ 3.114,80	R\$ 4.114,85
SET	R\$ 2.958,72	R\$ 3.900,24
OUT	R\$ 2.555,52	R\$ 3.446,64
NOV	R\$ 2.414,00	R\$ 3.252,05
DEZ	R\$ 4.828,00	R\$ 6.504,10
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 34.421,44</b>	<b>R\$ 45.851,08</b>

## 8.8 Estimativa com Custos e Depreciação

Os valores foram atribuídos conforme dados coletados dos próprios itens e conforme tabela de depreciação contábil.

ESTIMATIVA COM DEPRECIAÇÃO		
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS DE PRODUÇÃO		
TOTAL DA FÁBRICA		
10% a.a por 10 anos	R\$	6.774,30
ao mês	R\$	564,53
DEPRECIAÇÃO COMPUTADORES FÁBRICA 20%		
TOTAL FÁBRICA		
20% a.a por 5 anos	R\$	6.398,40
ao mês	R\$	533,20
DEPRECIAÇÃO COMPUTADORES LOJA 20%		
TOTAL LOJA		
20% a.a por 5 anos	R\$	3.199,20
ao mês	R\$	266,60

## 8.9 Demonstrativos de Resultados

INDICADORES DE VIABILIDADE		
PONTO DE EQUILÍBRIO		R\$ 95.984,51
LUCRATIVIDADE	23,40%	R\$ 576.070,28
RENTABILIDADE	98%	
RETORNO DO INVESTIMENTO		6 MESES

## 8.10 Demonstração do Resultado do Exercício

OPERAÇÕES EM CONTINUIDADE	VALORES
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 2.461.838,82
IMPOSTO (Desconto Simples Nacional)	R\$ 250.830,88
(-) ICMS SOBRE VENDAS	
(-) CPP	
(-) PIS S/ VENDAS	
(-) CONFINS S/ VENDAS	
(-) IR E CSLL ALÍQUOTA CONJUNTA	
(-) IPI	
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 2.211.007,93
(-) CMV	R\$ 503.485,37
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 1.707.522,56
DESPESAS	
(-) DESPESA S/ VENDAS	R\$ 557.949,52
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 62.100,00
(-) DESPESAS ADMINISTRATIVA	R\$ 511.522,00
(-) ENCARGOS SOCIAIS	
(=) LUCRO ANTES DO IR E CSLL	
(-) IR E CSLL ALÍQUOTA CONJUNTA	
(=) LUCRO LÍQUIDO DAS OPERAÇÕES	R\$ 575.951,04



## 8.11 Balancete

BALANCETE INICIAL		
CONTAS	DÉBITO	CRÉDITO
CAIXA	R\$ 193.906,00	
DEPRECIÇÃO ACUMULADA		R\$ 9.597,60
ESTOQUE	R\$ 882.892,72	
CAPITAL SOCIAL		R\$ 300.000,00
RECEITA		R\$ 2.461.838,82
CPV	R\$ 503.485,37	
IMPOSTO	R\$ 250.830,88	
DESP. ADM	R\$ 511.522,00	
DESP GERAIS	R\$ 62.100,00	
DESP. DE VENDAS	R\$ 557.949,52	
FORNECEDOR		R\$ 325.229,61
EQUIPAMENTOS	R\$ 106.094,00	
SEGURO A VENCER	R\$ 27.885,53	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 3.096.666,03</b>	<b>R\$ 3.096.666,03</b>

REX			
DESPESAS		RECEITA	
1.CPV	R\$ 503.485,37	1.VENDAS	R\$ 2.461.838,82
2.IMPOSTO	R\$ 250.830,88		
3.DESP. ADM	R\$ 511.522,00		
4.DESP GERAIS	R\$ 62.100,00		
5.DESP. DE VENDAS	R\$ 557.949,52		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 1.885.887,77</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 2.461.838,82</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 575.951,04</b>

Conforme a política da empresa, o lucro líquido fica dividido 65% para capital social, 25% para dividendos e 10% Reserva de Lucros.

BALANCETE FINAL		
CONTAS	DÉBITO	CRÉDITO
CAIXA	193906	
DEPRECIÇÃO ACUMULADA		R\$ 9.597,60
ESTOQUE	R\$ 882.892,72	
CAPITAL SOCIAL		R\$ 674.368,18
FORNECEDOR		R\$ 325.229,61
EQUIPAMENTOS	R\$ 106.094,00	
SEGURO A VENCER	R\$ 27.885,53	
RESERVA DE LUCROS		R\$ 57.595,10
DIVIDENDOS A PAGAR		R\$ 143.987,76
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 1.210.778,25</b>	<b>R\$ 1.210.778,25</b>

## 8.12 Balanço Patrimonial

<b>BALANÇO PATRIMONIAL</b>			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>		<b>CIRCULANTE</b>	
CAIXA	R\$ 193.906,00	FORNECEDOR	R\$ 325.229,61
ESTOQUE	R\$ 882.892,72	DIVIDENDOS A PAGAR	R\$ 143.987,76
SEGURO A VENCER	R\$ 27.885,53		
<b>NÃO CIRCULANTE LP PRAZO</b>		<b>NÃO CIRCULANTE</b>	
EQUIPAMENTOS E UTENSÍLIOS	R\$ 106.094,00		
DEPRECIAÇÃO ACUMULADA	R\$ 9.597,60		
		<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	
		CAPITAL SOCIAL	R\$ 674.368,18
		RESERVA DE LUCROS	R\$ 57.595,10
<b>TOTAL ATIVO</b>	<b>R\$ 1.201.180,65</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>R\$ 1.201.180,65</b>

## 8.13 Construção de Cenários

QUADRO	DESCRIÇÃO	CENÁRIO PROVÁVEL		CENÁRIO PESSIMISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
		VALOR	(%)	VALOR	(%)	VALOR	(%)
5.5	1. RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 1.969.471,06	80%	R\$ 1.507.041,25	62%	R\$ 2.461.838,82	100%
	2. CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 345.383,69	80%	R\$ 267.672,36	62%	R\$ 431.729,61	100%
5.8	CMV	R\$ 402.788,30	80%	R\$ 312.160,93	62%	R\$ 503.485,37	100%
5.7 - SUBTOTAL 1	(-) IMPOSTOS SOBRE VENDA	R\$ 200.664,71	80%	R\$ 155.515,15	62%	R\$ 250.830,88	100%
5.7 - SUBTOTAL 2	(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 446.359,62	80%	R\$ 345.928,70	62%	R\$ 557.949,52	100%
	<b>SUBTOTAL 2</b>						
5.11	3. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 252.455,76	80%	R\$ 195.653,21	62%	R\$ 315.569,70	100%
	4. (-) CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 63.321,46	80%	R\$ 49.074,13	62%	R\$ 79.151,83	100%
	5. LUCRO/PREJUÍZO OPERACIONAL	R\$ 460.760,83	80%	R\$ 357.089,65	62%	R\$ 575.951,04	100%

## 8.14 Avaliação Estratégica

<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Atendimento cordial, atencioso e objetivo.</li><li>- Preços justos.</li><li>- Ótima localização na cidade e fácil acesso aos clientes.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Variação de tendência e modelos.</li><li>- crescimento pela demanda de móveis sob medida.</li><li>- Atendimento a diversos setores.</li><li>- Engajamento de mídia social.</li></ul>
<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Atraso dos fornecedores na entrega de matéria prima.</li><li>- Mão de obra especializada.</li><li>- prazo de entrega elevado.</li></ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Concorrentes antigos no mercado.</li><li>- Instabilidade da economia.</li></ul>

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisas em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 1998.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

